

フランチャイズ加盟の前に 死んでも知らなければならない 10のポイント

A , 加盟店意識調査

B , フランチャイズを選ぶ上で

C , 加盟店に聞く

D , 立地の考え方実際の例

E , 会社員と個人事業者の違い

F , 実際の店舗のキャッシュフロー

G , キャッシュフロー表とライフイベント

株式会社 ルートウェイ

A , 加盟店意識調査

どのようなFCに加盟したいのか、なぜ、そのFCに加盟したのかを
加盟店から実際に3ヶ月に渡ってアンケート、ヒアリング調査をしました。

プラスの評価ポイント
順位

1	業態	良い	14.0%
2	売上	高い	13.2%
2	コンセプト	良い	13.2%
3	店舗デザイン	良い	12.3%
4	収益性	良い	11.4%
4	商品	良い	11.4%
5	情報開示	良い	7.0%
6	原価率	低い	5.3%
6	オペレーション	簡単	5.3%
6	人件費	低い	5.3%
7	その他		1.8%
			100.0%

加盟したいFCの評価ポイントは…

「業態が良い」「売上が高い」

「コンセプトが良い」「店舗デザインが良い」

マイナスの評価ポイント
順位

1	人件費	高い	40.0%
2	オペレーション	難しい	13.3%
3	原価率	高い	11.1%
4	情報開示	悪い	8.9%
5	収益	悪い	6.7%
6	業態	悪い	4.4%
6	店舗デザイン	悪い	4.4%
6	コンセプト	悪い	4.4%
6	商品	悪い	4.4%
7	売上	低い	2.2%
			100.0%

加盟したくないFCのチェックポイントは…

「人件費が高い」「オペレーションが難しい」「原価率が高い」

総じて…

高い売上と低いFLコストで利益額が高い業態。

コンセプト、店舗デザインもよく、難易度(オペレーション)が低く容易に取り組めるFCに加盟したい。

優先順位が高いのは、「業態の魅力」よりも「儲け」がどれだけ「簡単に」得られるかといった項目に多くの回答をいただきました。

これが一般的なFCに対する加盟者、加盟希望者の意識です。

これらの結果から見られるような理由で、もしあなたが、加盟するFCを選んだとして果たして成功することが可能でしょうか。

B ,

フランチャイズを選ぶ上で

なぜ、そのFCを選択するのか・・・・

どうして成功、失敗に分かれてしまうのか。

以下の10項目のポイントを参考にして下さい。

1、投資資金

どんな事業にも共通して言えることですが、一般的に投資資金が多ければ多いほど投資して行う事業の売上、利益は大きくなります。

投資が大きいのに売上や利益が低いのでは事業として何か問題があると言わざるを得ません。

どの程度の自己資金を最初に用意できるか、また、どのような事業をするのかで総投資資金の金額が決まってきます。

では、自己資金は総投資資金のどのくらいまでは用意すべきなのでしょう？

通常は総投資資金の30%程度は自己資金で用意すべきだと思われます。

借入金の割合が多くなるに従って、返済額も多くなり、売上が予定通りに行かない時に収益を圧迫してしまいます。

2、業種、業態

加盟対象になるFCには、主にサービス業、物販業、飲食業などがあります。これらの業種の中にも様々な業態があり、フランチャイズに向いているものや、どう考えてもフランチャイズでの展開は難しいのではないだろうかと思われるものもあるのが現実です。

ところで、FCに加盟するにあたってのメリットは何でしょうか。一番重要なのは、加盟することでそのFCパッケージのノウハウが得られるわけですが、そのノウハウに価値があるかどうかということです。

FCに加盟して事業を始めてもその事業が、誰にでも真似できて競争力がなく、競合が出てきたとたんに売上が激減する・・・と言うのでは、フランチャイズに加盟する意味はありません。

つまり、ノウハウに価値がないということです。フランチャイズは、成功確率の高いノウハウ提供業のようなものです。事業として成功できるノウハウが得られるのか、他人がまねできない業態なのか、競争力があるのか・・・これは重大な検討項目です。

それはどのように判断すればよいのでしょうか

自分が加盟しようとするFCのノウハウは競合他社にとっては、その市場に参入しようと思った時にどうなのか？

つまり、競合他社は直ぐにその市場に参入できて、自分が加盟しようとしているFCに簡単に勝って行くことが可能なのか？ということです。

自分が加盟しようとするFCは、他社から見て参入障壁が高いのか？ということです。

他社が、参入しにくいと考えればその市場は既存企業にとってはおいしい市場のままです。

しかし、真似して参入しやすい市場であれば、そこは、いずれ、競合のひしめく厳しい環境と成り果てます。

参入障壁の考え方はいろいろありますが、ハード面でもソフト面でもどちらでもあり得ます。

特別な装置、機械があるために他社がまねできないようなサービスができる。というものだったり、特別なノウハウのオペレーションシステムでだけ可能になるサービスであったり。

または、これから参入するためには莫大な投資が必要になるといった資金的な参入障壁というのもあるでしょう。

自分が加盟しようとしている FC が参入障壁の面でどうなのかを検討してみてください。

3、経験

経験に関しては、FC に加盟する上ではあまり関係がないとされています。

なぜならば、FC システムはまったくの未経験者でも研修をうけマニュアルに

したがって運営を行うことで成功ができるシステムでなければならないからです。

しかし、中には経験があってそれを生かせる FC もあります。

たとえば営業系の FC などもあります。

代理店に近いもので、加盟する人の営業力をベースにしています。

こういう FC は営業経験がない人には難しいでしょう。

車の修理の FC、車検の FC など特殊技能と経験を必要とするものもあります。

これらは特殊な例であり、大抵は経験よりも本人のやる気、動機のほうが大切です。

今まで接客などしたこともなかった人で、たとえ接客が苦手な人であっても、

仕事として真剣に取り組もうと言う意思がある以上お客さんにもそのまじめな姿勢は必ず伝わります。

かえって上辺だけ人当たりの良い要領の良い人よりもお客さんに与える印象は良い場合もあるのです。

4、場所（立地、地域）

場所は、どんな商売においてもまず、どんなことよりも大切なものです。悲しいかな、場所、（立地）は全てのことをカバーします。

どんなに頑張っても、お客さんの来ないところで商売をしていては成功はありません。

山の中の一軒家でもお客さんのほうが探してやってきてくれる。そういう商売をしている方もいらっしゃるでしょう。

それは大変すばらしいことですが、FCで独立するのにそんな大それた事を考えて商売を始める人はまずいないでしょう。

人が来るところで、お客さんがいる場所で商売をする。当たり前のことです。

でもこの当たり前のことをおろそかにして、失敗する人がいるのです。まったく人が来ないところで商売を始めるといって程ではなくても何もここでやらなくてもいいのに。という場所で開業する人がいます。

聞いてみると、賃料が安く借りられたから、居抜きで費用が少なくて済む物件が見つかったから・・・等といわれます。

賃料が安いことは大切なことですが、成功することが目的なのです。

では、立地の見方はどうすればよいのでしょうか。

これは自分で候補地を何度も何度も歩いて市場を調査してみなければ分かりません。

今まで、何も商売などやったことのない人が、ちょっと見ただけでここは良いとか悪いとかそんなに簡単ではありません。

一見すばらしい立地に見えても実は開業してみると、様々な要因で上手くいかないケースがあるのです。

競合の見方であったり、動線の見方、商圈の見方、地域特性など・・・
自分が納得するまで調べてみる事が大切です。

もちろん専門的な立地の見方はありますので今後の定期情報の中で触れて行きたいと思います

とにかく、立地に詳しくても、詳しくなくても。

・・・・・・・・・・・・・・・・・・"迷った時はやらない"・・・・・・・・・・・・・・・・

これに勝る事はありません。

5、規模

これはFCを新規事業として始めようとしているのか、または独立するためにFCに加盟したいのかによって違います。

軽自動車を使った移動店舗での販売などの事業であればたった一人でも始められます。

ラーメン屋であればアルバイトを含めても10人前後でしょう。

一般的には小さく初めて徐々に、店舗数を増やして行ったり別の事業に展開して行き、十数店舗から数十店舗にまで拡大されて行った事業家が殆どです。

今では、1億円くらいかかる規模の店舗を数ヶ月に1件のペースで出店されているような企業でも最初は1店舗からのスタートでした。

6、収益性

収益性は業種業態によって違います。

例えば、物販業と飲食業では売上規模、粗利益率等は全く違いますので比較の仕方によって捕らえ方が違ってきます。当然初期投資資金と言われる、最初に必要なトータル資金も違います。

物販、売り場面積で40坪のコンビニエンスストアを考えて見て下さい。この場合投資資金は4000万円前後に、同じ坪数の飲食店では5000万円前後にはなるでしょう。

ところがビデオレンタル業の場合で言うと店舗の坪数は120坪くらいを必要とする上、多くの在庫を抱える事業になります。そのため、投資資金は2億円から4億円くらい必要であったりします。

それだけの投資をして、コンビニエンスストアの場合平均的に月間売上高1500万円となりますが、粗利益率が約30%ですから粗利益額450万円となります。しかし、コンビニチェーンでは、だいたいロイヤリティーが粗利益の35%くらいかかります。

(本部と加盟店で粗利益を分け合うので、粗利益分配方式と言います。これは本部と加盟店が利益を上げることに對して同じスタンスで同じ方向に向かっていけるから優れた方式である。と言う人もいますし、廃棄額とロイヤリティーの算出方法に関して問題になったこと等から今でも賛否両論で、争い事のタネとなっています。)

ですから店舗の粗利益として450万円の65%で292万円。その中から必要経費を引いて残るのが経営者の手取りです。

飲食業の場合月間売上高が900万円だったとして、粗利益率が約70%、ロイヤリティーが売上の5%の場合であれば、粗利益額で585万円。その中から必要経費を引いて残るのが経営者の手取りです。

このように投資資金、売上高、粗利益率、必要経費が業種によってまちまちなので収益性をあらわすのに投資回収という指標がよく使われます。

投資した資金が営業からあがる収益によって何年で回収できるのかというものです。

現在のように消費者の嗜好が移り変わるのがどんどん早くなっている環境の中では投資した資金は5年以内に回収すべきである、いや3年以内に回収できなければ駄目だ等とされています。

人によって投資資金の考え方も違いますが、有効な判断指標だと思われます。早く回収できるに越したことはありません。

(実は、この考え方には大きな落とし穴もあります。)

(例えば物件を確保するのに家主に払い込む保証金、これは返済されるものだから投資資金に含めないという考え方と、投資しているものだから投資資金に含めるという考え方。どちらもあります。)

現実には、今、家主に預けた保証金が何年か先の解約時に返還される。という前提はとても確実性のない話だとは思います。・・・。

7、安定性

安定性・・・これは投資回収にも関係します。

加盟しようとするFCパッケージは、あなたが加盟している間、本当に、安定的に収益を稼ぎ出すことができるものなのか？
ということです。

人の嗜好は移り変わりがどんどん速くなっています。

そんな環境の中でもある程度の期間安定した収益を上げられなければ投資した資金の回収などできるはずがありません。

今、フランチャイズ加盟を検討する人の中では、当たり前のように

「初期投資資金の投資回収期間が3年以内のフランチャイズを選べ！！」
とされています。

ところが今流行の業態だから儲かるに違いないとFCに加盟してもその先1年も持たずに売上が激減したのでは、資金の回収どころの話ではありません。

実は流行の業態の中にこのような例が沢山あります。

あるファーストフードの業態について

実際の全店舗の前年比の売上高を見せてもらいました。

内容は凄まじいと言えようの無いものでした。

売上が前年の4割になっている店舗がいくつもあるのです。

4割減ではありません。前年の4割です。。

全体的に3割、4割ダウンは当たり前と言う感じです。

このFCは確かに以前は何処に行っても店の前に人が並んでいた時期がありました。

いわゆる、行列のできる店です。

でも、今は……。

投資回収は、流行の最中であれば短期間でできたのでしょうか。

FCのオーナーさんは成功したのかも知れません。

1年くらいで回収して、……

後は、赤字の垂れ流しでいいのでしょうか？

それとも、売上が下がってきたので店をたたんでしまえば良いということなのでしょうか？

最近出店したばかりのオーナーさんはどうするのでしょうか？

少なくとも売上が4割になって、成り立つ店舗が沢山あるとは考えられません。

ここで言いたいことは

投資回収が終わってから売上が取れてこそ利益となるのではないのでしょうか？

ということです。

初期投資を回収して終わりではないのです。

落とし穴に嵌ってはいけません。

このファーストフードの業態のような例は他のフランチャイズにもあるのです。

加盟しようとするFCは安定的に事業としてこれから何年かは期待できるのか見極めなければなりません。

そのためには現在その業態サイクルが創業期、なのか成長期、なのか成熟期なのかを判断しなければなりません。

(成熟期を過ぎて衰退期に加盟しようという人はいないと思います。)

そして、単なる流行物なのか、息の長いものなのかの判断も必要です。

市場規模はどのくらいなのか、今後伸びていくのか、競合状況はどうなのか。

加盟しようとしている業態の歴史は？そのFCの店舗数は？

自分で見極めてください。

(そのための判断材料は提供して行きます)

8、今後の事業展開に対する考え方

FCに加盟してその先、自分はどのようにしたいのかということ

決めておかなければ本当の成功はありえません。とにかく独立してFCで店舗を立ち上げたそれだけで満足という人もいます。

また、中には1店、2店と店舗を増やして行って多店舗での展開をして

売上規模も5億くらいまでには持って行きたい等と考えている方もいます。

メガフランチャイジー、と言われる企業の中にもたった1店舗のFCから始まって

どんどん事業を拡大してきた企業もあります。

FCビジネスの将来性を考えて、いろいろな業種のFCを多面的に展開しノウハウを学びたい。

そして、自社ブランドのFC本部を展開するところまで事業を持って行きたい。

そんなことを考えられている方もいます。

本当にたったの1店舗からのスタートでそんなことを可能にするのだという目標を

持っている方だっています。

自分がどこまで、どうしたいのかを常に考えていることが、事業を成功させてきた人には共通したことでした。

9、期間

収益性、安定性、そして今後の事業に対する考え方すべてに関わる項目です。

例えばあなたが法人成りをして将来も永続的に事業を続けて行きたいという方なのか。

それとも、あなたが、生業として企業に勤める友人が定年で退職するのと同じくらいの

期間、自分としては独立自営業者としてやっていければそれでよいという方なのか。

期間、事情展開の考え方は、結局はあなたのライフプラン次第なのです。

どういうライフプランを持っているのかによって、加盟するFCはまるで違ってきます。

イ、

法人組織にして事業承継まで考えて行くのなら、FC加盟をする時にリスクヘッジやポートフォリオ的な考え方が必要になります。

最初に A という FC 本部に加盟して、事業も順調に軌道に乗ってきて
いよいよ次の展開をしていきたいと思った時に、
どのような判断をすればよいのでしょうか。
A 本部に加盟したことで成功することができた。だから、次も同じ A 本部の店舗を
出店して行こうと考えるのか。
または、A で上手くいったからこそ、次は A がだめになったときのリスクヘッジとして
B 本部に加盟しようとするのか。

あなたはどちらでしょうか。

現在は、人々の嗜好の変化が激しくなっています。
5年、10年先まで良い事業を見つけ出し、そこに賭けるというのは非常に困難なことです。
この5年が良かったから次も良いという保証はありません。
そのためにも、長い期間永続的に事業をして行こうという方であれば、
業種、業態の分散は最良の方法となります。
同じ店舗(業態)をいくつもやるのであれば、別の業種業態を運営し分散することを
すすめます。
将来を読んで、どれかに賭けるのではなく、どれかがだめになっても他の業態で
カバーしながら、多面的に展開を図り、企業としての安定性を追及するのが大切です。

□、

一方生業として FC で独立していこうという方は、特に最初の一つから決して失敗できません。
(法人事業としてやっていく方も最初が肝心なのは同じです)
そのためにはどのような FC に加盟したらよいのでしょうか。
これは、安定性のところでも触れましたが、投資回収だけを過剰に検討対象にしないことです。
何かと投資回収期間の速さだけを重視する傾向がありますが、これは実は
大変に危険なことなのです。
例えば、最強のコーヒーチェーンであるドトールコーヒーショップ。
このチェーンは近いうちに1業態のみの店舗数で1,000店舗をオーバーの
現在、最強のフランチャイズコーヒーショップチェーンです。

このチェーンには法人運営者も多いのですが、生業として長い期間商売を営んできて
いる個人運営のようなオーナーさんも沢山います。
このコーヒーショップは古くから、その町のその場所に今も変わらずに存在している。
そんな店舗も依然として多いのです。
投資回収が3年以内にできるような店舗ばかりではありません。

ドトールを運営しているオーナーさんは、ドトールに加盟してやっ行ってこうとした時に投資回収が早いからやろうとか、遅いからだめだというような選択をしていないということです。

息の長い商売を生業でやっ行くには、安定性こそが大切なのであって投資回収期間が3年だからよくて5年だとダメだというような考えは加盟の上での最重要項目ではないと言いたいのです。

長い期間の商売をしていくことを考えるならば流行り物ではない商売を選ばなければなりません。

実は、単に収益性だけを考慮して加盟したFCが上手くいっていないという例は最近頻繁にあります。

3年で回収できるのならまだしも、最初から想定の売上など遠く及ばないFCチェーンがあります。

投資回収、収益性だけで加盟店を集めてしまった、そのつけがそういう本部にはやっ来ることでしょう。

10、本部の経営理念

なぜその本部に加盟したのですか？

という質問を何名ものFC加盟者にしてきました。

すると、儲かりそうだから。やっている人が儲かっているから。

という答えは、かなり少ないのです。

本部の理念に感銘した。

本部の姿勢に共感が持てた。

FCのノウハウを学べる本部だと思った。

社長がすばらしい人だった。

業態がよい。

という回答が多いのです。

勿論、収益を上げるためにフランチャイズに加盟するのですが、

儲かる儲かる、だけがその本部に加盟を決める条件にはなっていないのです。

そのFCに加盟して事業を成功させるために頑張れるか。

頑張るためには理念が共有できたり、加盟店やお客さんに対する姿勢から学ぶべきことがあったり、

一緒になって事業に取り組みたいと思えるFC本部であること。

これらが本当に必要なことなのです。

自分と考え方の違う本部と一心同体になって事業を頑張れるか？

当たり前のことですがこの部分を軽く考える人はFCに加盟して成功するポイントの徹底的に大切なことが欠けてしまいます。

一番最後になりましたが、一番最初に考えるべきことなのです。

C ,

加盟店に聞く

なぜ、そのFCに加盟したのか？

関西でFF（ハンバーガー業態）FC、牛丼屋FC、とんかつやFC、カフェFC、うどんFC等を多店舗運営している加盟店にお話を聞きました。

Q . 運営する上で難しいのはどのFCですか。

A . オペレーションの難易度を高い順に言うと

FF , (ハンバーガー) > 牛丼屋 > とんかつや > =うどん屋=カフェ

の順番になるでしょう。

FFの場合はバイオーダーで注文を受ける。そして受けた注文を2~3人分覚えておきながら(ハンバーガーメニューだけでも20から30ある)自分の裁量で、手順良く注文をこなして行かなければならないが、ピークタイムに手順良くこれができるようになるまでに

アルバイトだと1年くらい掛かってしまうこともある。

マニュアルがどうだと言うようなレベルのものではないのです。

だから大変なのです。

大変だからアルバイトの歩留まりも非常に悪い。(すぐにアルバイトが辞めてしまうということ)

その結果、常に新しく入ったアルバイトに教育を繰り返していく。

10年以上この連続です。その大変さは他に経営している店舗とは比較にならない。

それに比較して、とんかつやは全く簡単。

アルバイトも1ヶ月もあれば一人前にできるようになる。

今、ブームになっているうどん屋も同じくらい簡単。

今のうちのメンバーなら研修を少しだけやれば十分にやっていけるだろう。

Q , なぜそれらの F C に加盟したのですか。

A , F F 本部の場合は、本部の考え方、姿勢に非常に納得できる。みんなが仲間として繋がっていることが実感できる。

本部と加盟店、加盟店同士も繋がっている。

実際に新しく誰かが店舗を出店しようとするときなどは、出店エリアについて、決め事がある訳ではないのだが、既存の店舗に迷惑が掛からないように互いに、気を配り合いながら暗黙の了解としている。

そういう関係が非常に良いものとして作用していると思う。

牛丼 F C については、肉、とご飯という商材は日本人にとって飽きの来ない流行り廃りの無いものとして間違いないと考えていたから加盟をしたのです。

うどん屋については、今ブームだからここでやらなければ、あとになって始めたのでは儲かる機会を逃してしまうと考えたのです。

引き際を見ながら稼げるときに稼いでしまおうというつもりです。

.....

この加盟店の話を聞いて、特に興味深かったのは、F F の業態はもう 10 年以上やっているのに今後も F F を機会があれば、まだ出店して行きたいというのです。10 年以上やっているが、まだ商売として行けると考えているのです。

大変だけど競争力があると・・・考えているのです。

大儲けはしていないが、いまだに、確実に安定的な収益を稼ぎ出しているのです。

そして、加盟店同士のつながり、F C 本部チェーンの理念とでも言うべき姿勢によって精神的に繋がっているのです。

一方この加盟店は、簡単だと言っていたとんかつや F C を辞めてしまうと言います。

結局、一番簡単に儲かると思った、とんかつやが一番儲からなかったのです。

いくつかの経験を持った加盟店でさえこんなことがあるのです。

目先の簡単さ、収益性だけでなく納得できる F C 本部との繋がりがあったことがこの加盟店の成功のカギでした。

あなたはこの加盟店の例から何を考えますか。

D,

立地に関しては奥が深いのでここでは 1 つだけ目の前で見たと事例を挙げて考えてみます。

コンビニエンスストア（CVS）の市場が飽和していると言われてもう久しいのですが、相変わらず毎日のように出店、閉店が後を絶ちません。異常なほどの陣取り合戦。押し合い圧し合い。潰し合いが繰り返されています。

東京の JR 埼京線沿線に十条という駅があります。この駅から出てきた道路沿いに、ファミリーマート（FM）、am/pm、サンクス、セブンイレブンとコンビニがずらりと並んでいます。全て同じ通りに面した店舗で駐車場は、どの店舗にもありません。

車を止めて買い物をすることもできますが、殆どが歩いてくるお客さんを相手にしている店舗です。

この中で駅から一番近いのは、踏み切りを挟んで、反対側にある、FM と am/pm です。

そしてそこから 300m くらい離れてサンクスがあり、更にその先 100m 程離れてセブンイレブンがあります。

この中に、最近閉店した店があるのですが・・・。

実は、閉店したのは駅に一番近く、一般には他店よりも立地の良いと思われた am/pm でした。

（閉店するには、いろいろな事情はあるのかもしれませんがこの店舗が繁盛していなかったのは事実です。）

きっと日商で 280 千円も売っていなかったでしょう。（CVS 平均日商は 50 万弱です）

一方駅から 400m も離れたところにあるセブンイレブンは小さい店舗ですが、レジが 3 台もある繁盛店です。（CVS は通常レジ二台）

この差は、何なのでしょう？

そして、am/pm からは踏み切りを挟んで同じくらいの距離にある FM もまた繁盛店なのです。

コンビニの並ぶ前面の通りだけ（前面通行量だけを）を見ていては理由は分か

りません。

実はセブンもF Mも店舗横の小道が生きているのです。

am/pm が取れるお客さんは店舗の前の道を通る人だけ、多くは駅に向かう人、駅からの人だけです。

ところが地図で見るとたいしたことのないような細い道(車も通れないような)ですが、セブンの横の道もF Mの横の道も学生や、工場に行く人や、病院に行く人がわざわざ通っていくのです。(まるで、けもの道のように)

一方 am/pm の前を通るのは駅に行く人(店舗の前を通過するだけ)が殆どです。

店舗横の細い道を通って病院や工場、学校に行く人たちにとっては、このF Mとセブンイレブンは目的地に着くまでに通過するC V Sの中では最後のC V Sなのです。(場合によっては最初で最後のC V Sになるという人もいます)

駅からは、確かに近いのですが通りの途中に何となくある am/pm とは店舗の存在理由が違います。

ここで買い物をしなければ目的地に着くまでにはもう買い物ができない、というピンポイントの場所にセブンとF Mは店舗を構えているのです。

ここが繁盛の分かれ目なのです。

確かに看板の力は大きいのですが、立地に勝てる看板はありません。

まして看板の力があるチェーン本部がキチンとピンポイントの場所を押さえたらどうなるでしょうか？

まさに鬼に金棒。太刀打ちできません。

これは、一つの例ですがこんなことはいくらでもあります。

最初から失敗をしないために自分で立地を選ばなければなりません。

最後に決めるのはあなた自身、自己責任です。

E , 会社員と個人事業者の違い

会社員		青色申告事業者	
給与	800.0	専従者給与引く前の所得	800.0
給与所得控除	200.0		
		専従者給与	360.0
給与所得	600.0		
		青色申告特別控除	55.0
配偶者控除	38.0	累損	100.0
扶養控除	38.0	総所得金額	285.0
基礎控除	38.0	基礎控除	38.0
		扶養控除	38.0
健康保険	32.8	国民健康保険	32.0
社会保険料計	92.7	社会保険料計	63.92
課税所得	393.3	課税所得	145.1
税金合計	61.9	税金合計	17.8
可処分所得	645.4		
		妻	
		給与所得控除	360.0
		給与所得控除	126.0
		給与所得	234.0
		基礎控除	38.0
		課税所得	196.0
		税金合計	24.0
		夫婦税金計	41.8
		可処分所得夫婦合計	694.3

単位 万円

会社員から独立して自営業者（青色申告者）となることによって特典が認められています。

青色申告特別控除

要件によって10万円、45万円、55万円の控除が認められている。
（平成17年分以後の所得税から、55万円の青色申告特別控除額が65万円に引き上げられるとともに、45万円の控除については廃止されます。）

青色事業専従者給与の特例

青色申告者である者と同一生計の親族でその事業に従事する者が、その事業からの給与の支払いを受けた場合は事業に係る所得の計算上経費に参入できることになっています。

純損失の繰越控除

青色申告書を提出した者はその年の前年以前3年以内の各年において生じた純損失の金額を繰り越すことが認められています。（上記の例では100万円）

その他にも各種引当金の繰り入れ、棚卸資産の評価方法について低価法の採用、家事関連費の必要経費参入などの特典が認められています。

上記の例のように青色申告者が妻を事業専従者として届け出た場合は、青色申告特別控除と事業専従者給与の効果により夫婦における税金額が会社員の時と比較し少なくなります。

詳しい内容や法人組織にすることで更に有利になること等については普通会员向けレポートで詳しく突っ込んで行きたいと思います。

F、実際の店舗のキャッシュフロー

営業利益が出ているからと言って手元に残る資金があるわけではありません。

モデル営業利益とキャッシュフローは違う？

FC本部から出されたモデル収支表を見ると
営業利益が 万円と書いてあつたりします。

当然この金額が手もとに全部残るわけではありません。
実際は下の表のようなところまで見ていく必要があります

	初年度		2年度		3年度	
売上(月)	6500		6500		6500	
売上高	78000	100%	78000	100%	78000	100%
売上原価	23400	30%	23400	30%	23400	30%
売上総利益	54600	70%	54600	70%	54600	70%
人件費	19500	25%	19500	25%	19500	25%
ロイヤリティー	3900	5%	3900	5%	3900	5%
地代家賃	6240	8%	6240	8%	6240	8%
支払保険料						
水道光熱費	3900	5%	3900	5%	3900	5%
販売促進費	780	1%	780	1%	780	1%
リース料	2220	3%	2220	3%	2220	3%
消耗品費	2340	3%	2340	3%	2340	3%
その他経費	720	1%	720	1%	720	1%
減価償却費	8960	11%	4057	5.2%	3711	4.8%
租税公課						
経費合計	48560	62%	43657	56%	43311	56%
営業利益	6040	7.7%	10943	14.0%	11289	14.5%
金利	822		651		474	
経常利益	5218	6.7%	10292	13.2%	10815	13.9%
法人税等	2087	40%	4117	40%	4326	40%
当期利益	2087	3%	4117	5%	4326	6%

回収累計	4579		6285		7854	
当期資金残	11047		8174		8037	
返済源泉	11047		8174		8037	
返済	6468		6468		6468	
返済後資金	4579		1706		1569	
初期投資資金	30000		30000		30000	

単位 千円

(年3%の金利で30,000千円を借入れ、5年返済すると想定、内装設備、開業費は法定償却年数で償却すると想定。)

FC本部によっては、モデル収支を営業利益ベースで、大まかに提示しているケースがありますが、実際は税引き後利益から借入金を返済した後のキャッシュフローがどの程度残るのが重要な検討事項になります。

返済後のキャッシュフローで投資資金の回収がどのくらいの期間でできるのかも

FCを選ぶための重要な検討項目です。

そして、人件費の項目にも注意が必要です。

どのようなシフトが組まれていてこのような人件費が計上されるモデルとなっているのかというところまで確認が必要でしょう。

個人オーナー向けのFCには、オーナーが店舗に1日10時間程度入った仮定で、モデル人件費が計算されているケースもあります。

モデルシフトを確認しておかないと、人件費が思っていた範囲では納まらなくなる可能性もあります。

本部から提示された事業計画の売上予測は検証したか？

本当にこの場所でこの売上が取れるという売上予測根拠の検証をすることも大切です。

マーケット、動線、人口、競合、などのデータからはじき出された売上予測が事業計画の根本となります。

この数字の検証をすることなしに事業計画はありえません。

また、市場の伸び、競合などとの関係から今後売上の推移をどのように見ているのかも要検証項目です。

G ,

キャッシュフロー表とライフイベント

最終的に独立して予想される収益に対して、あなた自身のライフイベントとキ

キャッシュフローの推移を見て行く事が計画的の検証として最後の作業と成り
ます。

あなた自身の今後の事業の見直しや出店計画を明確にするために大変重要な
ことです。

この計画で将来的な成功の設計をしていくのです。

次の例は年収 600 万円の会社員のキャッシュフロー表です。独立したならあなた
自身のキャッシュフロー表は将来に向かってどのようになっていくのでしょうか。

必ず、1年後、2年後と計画を見直すことで、成功に向かって確実に進んでい
ることを確認して行く作業が必要です。

(会社員、妻、子供1人のキャッシュフロー表の例)

項目/年	変動率	2003	2004	2006	2007	2008	2009
家族の年齢	A	36歳	37歳	39歳	40歳	41歳	42歳
	妻	35歳	36歳	38歳	39歳	40歳	41歳
	長女	7歳	8歳	10歳	11歳	12歳	13歳
ライフイベント		長女					長女
		小学校					中学校
		入学					入学
給与収入(総額)	2.5%	600	600	600	612	612	627
可処分所得	%	489	489	489	498	498	510
ローン減税	%						
一時的な収入	%						
収入合計	%	489	489	489	498	498	510
基本生活費	2%	192	196	204	208	212	216
ローン支払い							
住居費	%	54	54	54	54	54	54
教育費	3%	54	56	59	61	63	64
保険料	%	60	60	60	60	60	60
その他支出	2%	48	49	51	52	53	54
一時的な支出	%	40	20	20	30	20	20
支出合計	%	448	434	448	465	462	469
年間収支	%	41	55	41	33	36	41
貯蓄残高	2%	150	208	291	328	368	412
ローン残高	%		0	0	250	200	150
貯蓄 - ローン残高		150	208	291	78	168	262

フランチャイズビジネスに関わってきた者として
フランチャイズ加盟を検討されている方に、

判断基準となるような情報提供を行うことで、フランチャイズ
加盟者の成功確率を高めることを目的としています。

最近、また、あまりにも安易にFC加盟店を募集する本部が増えてきています。

中にはライセンスパッケージという名称で、ライセンス権を販売するだけの形態
もあります。そのライセンスに価値があれば、ライセンス権を購入することは
全く問題ありません。

しかし、名称はライセンスパッケージと言いながら、実態はFC契約以上に縛り
を厳しく、本部のための契約を強いるところもあります。

要するに、FC契約ではないから指導の義務は負わなくて良い、しかし、商品供
給は本部以外からは認めない、そして、加盟店の業績が思わしくなく、途中解
約せざるを得ない状況に追いやられたとしても(本部には、成功のノウハウなん
てないのでから・・・)、本部は何も指導をしないにもかかわらず、解約時はペ
ナルティーを請求するという考えられない行動をするところもあります。

中小小売商業振興法、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律に抵触
することなど物ともしないという姿勢の本部すらあるのが事実です。

弊社の方針は

複数のFC本部での加盟店開発業務、スーパーバイジング業務に従事した経験
とファイナンシャルプランナーの立場から本当に有望と思われるフランチャイ
ズ情報だけを提供して行きます。過去提供した情報でも、現在推薦できない状
態であれば、決して推薦しないという姿勢を貫いて参ります。

ファイナンシャルプランニングに関するご相談に対してはCFP認定者、または一級ファイナンシャルプランニング技能士だけが相談に当たることを方針としています。

お問い合わせ先

株式会社ルートウェイ

代表取締役 伊藤義真

(1級ファイナンシャルプランニング技能士、CFP認定者)

330-0081

さいたま市中央区新都心1番5号産学交流プラザ7号

T E L 048-600-3976 FAX048-600-3891

<http://www.e-routeway.com>

(ルートウェイで検索下さい)

<http://www.fcfpnet.com>

info@e-routeway.com

当レポートの内容に関しては万全を期しておりますが、その内容を保証するものではありません。

万一この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、当方は一切責任を負いかねます。